3 KUNCI
MEMBUAT PROMOSI
YANG SULIT DITOLAK

Rp

Ini fakta yang saya temui, UKM benar-benar butuh sekali topik tentang promosi. Setelah terbit buku Reseller Jago Jualan,banyak rekan agen saya yang meminta bertanya tentang Promosi.

Berbicara tentang promosi, secara teori itu banyak banget konsep diluar sana. Waktu saya kuliah di Marketing Management, konsepnya mulai dari IMC (Integrated Marketing Communication). AIDA, AISAS, konsep Marketing Mix, dll. Sebenarnya inti promosi sederhana kok, kita paham cara buat promosi, orang tahu produk kita kemudian jadi beli. Sesimpel itu.

Sebelum membahas lebih jauh, promosi memiliki alternatif definisi. Promosi dalam arti KBBI secara simpel adalah usaha untuk memperkenalkan sesuatu ke publik. Menurut Wikipedia, promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membelinya.

Kalo teman2 ngeh ada kesamaan dari poin diatas. Kesamaannya, promosi adalah usaha untuk memperkenalkan sesuatu. Bisa itu produk, jasa, bisnis bahkan diri kita (atau dikenal dengan personal branding). Satu hal yang WAJIB DICATAT tentang promosi:

*Konsumen ga akan tahu kalo kita ga kasih tahu. Saya ulangi ya. Calon pembeli Anda ga akan tahu kalo Anda tidak memberitahukannya. Produk ga akan bisa laku kalo kita*

*tidak melakukan promosi memperkenalkan produk. Boro-boro mau laku, tahu produknya aja gak.*

Artinya kita perlu melakukan promosi secara intensif. Dan promosi itu ga harus hardselling, ada banyak cara yang bisa dilakukan dan ada beberapa media yang bisa dimaksimalkan. Intinya adalah perlu ada usaha atau effort untuk memperkenalkan produk.

**SYARAT PENTING AGAR PROMOSI BERHASIL**

Saya mau tekankan pada bagian ini. Membuat promosi yang berhasil itu ga cuma tentang copywriting atau kata-kata paling keren, tetapi ada hal-hal lain yang perlu Anda miliki agar promosi yang Anda lakukan bisa menjual dan tentu saja berhasil mendatangkan transaksi. Berikut ini saya rangkum syarat penting agar promosi Anda berhasil

**1.Produk Bagus dan Dibutuhkan**

**2.Target Market Yang Pas**

**3.Punya Kolam Prospek**

Kalo promosi Anda tidak berhasil ada kemungkinan salah satu hal diatas belum Anda lakukan. Kalo Anda Bisa memenuhi syarat promosi ini, hampir pasti semua promosi yang Anda lakukan berhasil.

**1. Produknya berkualitas dan dibutuhkan**

Dari semua teknik promosi yang paling keren sekalipun, poin ini adalah yang paling dasar. Promosi sekenceng apapun klo produknya ga berkualitas, hasilnya malah blunder. Begini, kejadiannya adalah kita mempromosikan sesuatu tetapi dianggapan pasar bahwa produk yang kita jual berkualitas ga bagus, hasilnya kemungkinan besar akan ga maksimal.

Berbicara promosi kita berbicara tentang jangka panjang, maka kita harus perhatikan bahwa produk yang dijual memang berkualitas bagus. Buat teman2 reseller. Pastikan memiliki supplier yang menjual produk yang berkualita, dan pastikan produk yang kita jual memang dibutuhkan market. Sebab jika kita menjual sesuatu yang sebenarnya kurang diperlukan pasar, mau kita edukasi sampai jungkir balik jualannya juga ga akan maksimal.

**2. Target Market Yang Pas**

Pada bagian ini kita bahas tentang dua poin penting yaitu target market & level kedekatan. Ada hal yang lebih penting dari sebuah kalimat promosi yang bagus. Jangan sampe salah target market. Target marketnya harus sesuai dengan produk yang kita jual. Misal, jualan buku bisnis, segmennya harus ke pebisnis, agak susah klo ke karyawan. Kecuali ke karyawan yang niat buka bisnis, jualan website company profile, segmennya bisa ke corporate, jual web toko online bisa ke pebisnis online. Jualan herbal agak susah untuk segmennya

anak muda atau remaja. Jualan herbal lebih cocok untuk segmen dewasa.

## MARKETING TEMPERATURE

syarat promosi disesuaikan dengan level kedekakatan market. Biasanya teknik ini pake istilah temperature. Level kedekatan market ini dibagi menjadi tiga market Cold Market, Warm Market, Hot Market. Di Global Marketing Concept, istilah ini sering dipake dengan nama Classification of Sales Leads.

Pernah ga kita jualan udah berbusa-busa ehh ga ada yang nyangkut. Udah nyebar BC tiap hari, blusukan ke grup, share di socmed, tetep ga nyangkut. Apa yang terjadi yang sebenarnya?

Kemungkinan besar Anda menjual ke cold market, yaitu market yang belum mengenal Anda. Ilustrasinya seperti ini. Misal ada cowok deketin kamu, ga kenal, ga pernah ketemu eh tiba2 ngajak nikah (ngajak closing). Pasti ga akan mau kan. Itu mirip kita yang ga dikenal eh tiba2 jualan ke produk yang ga dikenal dan ke market yang belum mengenal produk kita. Itu yang dinamakan cold market.

Lalu apa itu warm market? Warm adalah market yang sudah tahu produknya dan sudah kenal penjualnya. Alias sudah mulai percaya sedikit-sedikit.

Bagaimana dengan hot market? hot market adalah karakter market yang sudah tahu dan sudah pernah beli produk kita sebelumnya. Sehingga si market sudah ada trust.

jualan yang punya potensi closing adalah ke warm market, dan paling gampang closing adalah jual ke hot market yang udah bener2 percaya. Apa yang kita jual hampir pasti dibeli.

TIPS: jangan jualan ke cold market, karena pasti susah closing. Harus ubah cold jadi warm dulu.

Pertanyaannya:

Bagaimana mengubah cold menjadi warm?

Jawabannya Anda harus give give dan give. Memperkenalkan diri, bisa sharing, bisa kasih sesuatu yang bermanfaat, bangun interaksi dengan kolam Anda.

**3. Membangun Kolam Prospek**

Pernah kejadian gini, kata2 promosi udah keren, penawaran udah menarik, copywriting udah paling keren bahkan tiap hari pake covert selling. Eh tapi tetap yang nyangkut closing sedikit. Jawabannya kemungkinan besar kolam prospek kita ga banyak. Leads kita kecil.

Kalo ingin promosi yang kita buat berhasil, langkah penting yang harus kita lakukan adalah harus punya kolam yang besar.Kolam prospek adalah calon pembeli kita. Calon prospek dalam sebuah database besar yang terus kita

bangun. Kolam itu tujuannya adalah membuat cold market menjadi warm market.

Yang tadinya si market itu ga kenal kita (cold) menjadi kenal (warm). Contoh kolam itu seperti FB, IG, BBM, Grup WA, Telegram, Email dll. Kunci sukses agar promosi yang kita buat berhasil adalah punya kolam yang besar.

Contoh kolam yang besar : minimal FB pribadi kita 4000 friends, Punya IG minimal 5000 follower, BBM kontak kita minimal 5000 kontak, Kontak WA yang tetarget setidaknya 1000, Kalo bisa Punya FB grup minimal 5000.Dan mohon dicatat, harus yang sesuai target market.

Mas itu kan jualannya online, klo jualannya offline kolam prospeknya apa? Kolamnya adalah database yang Anda miliki dan pasukan penjualan yang Anda buat.

Satu lagi mas, klo saya ga punya kolam emangnya saya ga bisa jualan? Jawabannya: bisa kok, Cuma ya jualannya ga sebesar dan secepat yang punya kolam prospek. Mending jualannya satu biji atau 10 bahkan 100.

Karena mau bagaimana pun kolam prospek adalah kumpulan leads (calon prospek) yang Anda tumbuh kembangkan untuk nantinya dipersiapkan menjadi pelanggan Anda. Boleh ga pake kolam orang lain. Boleh aja asal produk kita udah dikenal banget. Kalo belum dikenal nanti spam.

Satu catatan penting: Jangan asal spam, malah merusak nama kita atau brand kita.

Kalo pun mau spam di grup orang harus ijin atau  japri admin dengan memperkenalkan diri dan minta ijin dulu. Atau kalo mau jualan ya harus japri. Tetep sarannya adalah bangun kolam prospek. Berapa lama ya mas buat kolam?

Tergantung seberapa konsisten sharing Anda. Saya bangun FB bisa punya friend 5000 tetarget itu 3 bulan dengan rutin sharing. Sampai disini mulai paham teman2. Kolam prospek yang kita bangun entah itu FB pribadi kita, WA, BBM dll, harus kita dorong dari cold menjadi warm. Ingat seperti yg share diatas, kita harus sering sharing & giving.

Nah, 3 poin ini menurut saya sudah cukup untuk Anda pahami dan Anda coba praktikkan. Jika sudah dicoba, ceritakan pada saya ya hasilnya ;)

**Hermas Puspito**